

CAI
EA
-83 P66

GOVT

Promotional Projects Program


Programme des projets de promotion

66



External Affairs
Canada

Affaires extérieures
Canada



Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

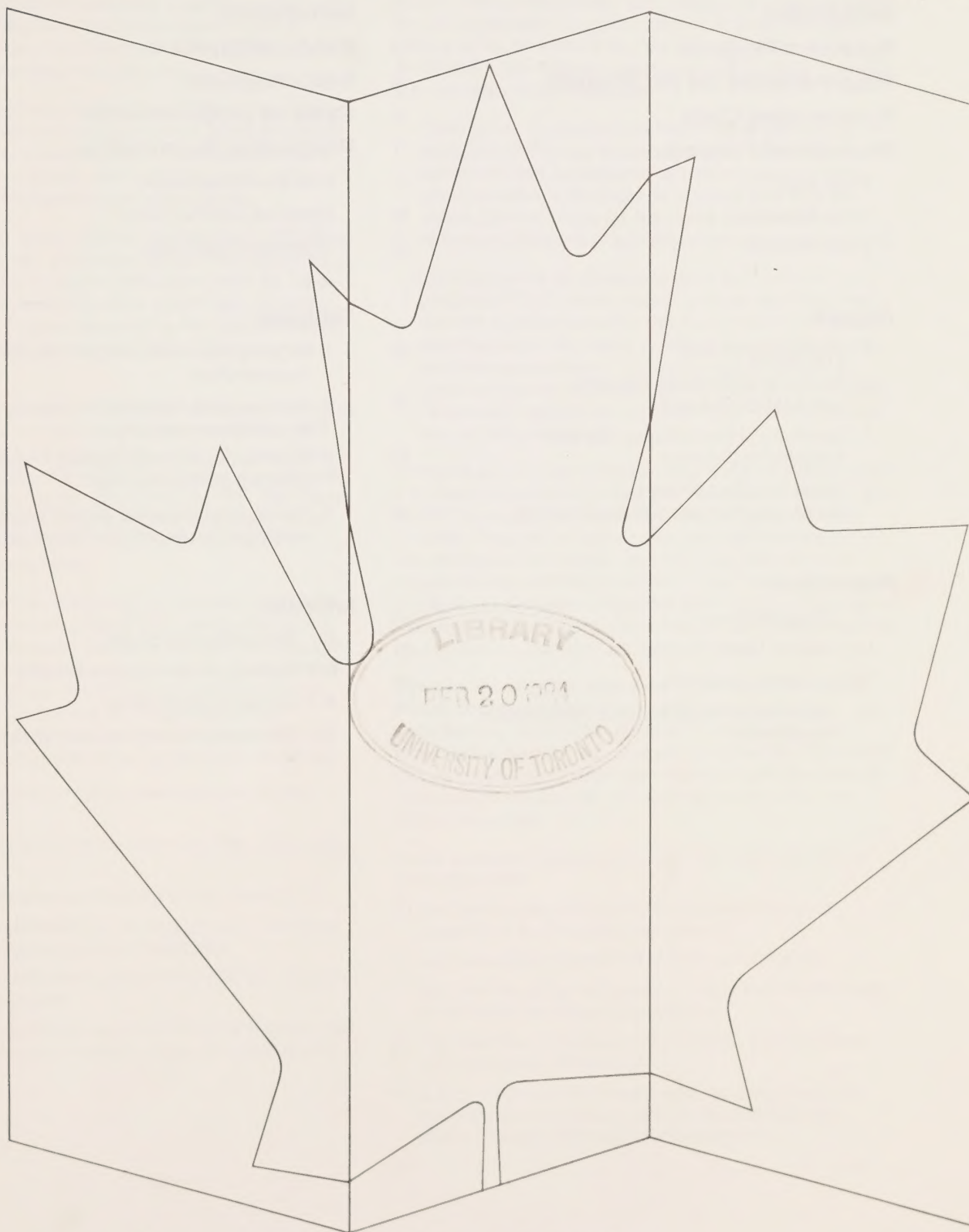
<https://archive.org/details/31761115524068>

Promotional Projects Program

Programme des projets de promotion

Goverment
Publications

(5) CAI
EA
-83P6



Contents

Introduction	3
Purpose of Program	4
Responsibilities for the Program	4
Programming Cycle	6
Promotional Program	7
Trade Fairs	7
Trade Missions	10
Trade Visitors	12

Figures

1. Organization Chart	15
2. Promotional Projects Program Formulation Process	16
3. Summary of Promotional Support Available to Industry	17
4. Trade Fair Cost-Sharing, Space and Participation Agreements	18

Appendices

A Proposal Form	19
B-1 Market Data	21
B-2 Industry Capability	22
C Application for Space and Participation Agreement	23

Table des matières

Introduction	3
But du programme	4
Responsabilités	4
Cycle de programmation	6
Programme de promotion	7
Foire commerciales	7
Missions commerciales	10
Visites commerciales	12

Tableaux

1. Organigramme du programme des projets de promotion	15
2. Processus de formulation du programme des projets de promotion	16
3. Sommaire de l'aide offerte à l'industrie au chapitre de la promotion	17
4. Foires commerciales: accords concernant la participation, le partage des coûts et l'espace	18

Annexes

A Proposition de projet	19
B-1 Renseignements sur le marché	21
B-2 Capacité industrielle	22
C Demande d'espace et contrat de participation	23

Introduction

To help achieve its export marketing objectives, the federal government provides two incentive programs both of which are administered by External Affairs (DEA) but are delivered on an interdepartmental basis.

The Promotional Projects Program (PPP) is the vehicle through which the federal government plans and implements exhibits at trade fairs abroad, outgoing and incoming trade missions, and incoming trade visits by foreign buyers and government delegations.

The Program for Export Market Development (PEMD) is the means whereby the federal government provides grants to industry to support initiatives taken by Canadian companies operating either individually or collectively. PEMD is largely delivered by the Department of Regional Industrial Expansion (DRIE) Offices across Canada.

It is important to recognize that PEMD deals with individual company requests for marketing support; whereas, PPP supports initiatives from other units within the government by providing the tools with which the Trade Commissioner Service, the Industry Sector Branches of DRIE, the Trade Development Divisions in DEA and the Regional Offices (DRIE) (reflecting provincial inputs) fulfill their export development responsibilities.

In those situations where a group of Canadian companies seek PEMD support for a project that would take on the appearance of a Canadian exhibit or mission, the Marketing Development Bureau of External Affairs is responsible for bringing these group PEMD's to the attention of the Interdepartmental Committee for Trade Promotion Program Management to ensure that these activities are effectively co-ordinated with other government initiatives.

The level of PPP activity which is undertaken each year depends on:

- (a) the export promotional needs and capability of Canadian industry;
- (b) the opportunities and accessibility to the marketplace;
- (c) the priorities established by the Department of External Affairs, geographically and/or industrially;
- (d) the total resources, both in personnel and funds, available to the Department; and
- (e) the co-ordination of the program with those of the provinces to ensure the maximum effectiveness of mutual export thrusts.

Introduction

Afin de réaliser facilement ses objectifs de commercialisation à l'exportation, le gouvernement fédéral offre deux programmes de stimulants, l'un et l'autre administrés par le ministère des Affaires extérieures (MAE), mais exécutés sur une base interministérielle.

C'est par le truchement du Programme des projets de promotion (PPP) que le gouvernement fédéral planifie et administre des expositions, des foires, des missions commerciales à l'étranger et au pays ainsi que des visites commerciales qu'effectuent au Canada les acheteurs étrangers et les délégations gouvernementales.

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) est le moyen dont se sert le gouvernement fédéral pour offrir des subventions à l'industrie afin d'appuyer les projets individuels ou collectifs des sociétés canadiennes. L'exécution du PDME est assurée en grande partie par les bureaux du ministère de l'Expansion industrielle régionale (MEIR) disséminés un peu partout au Canada.

Il importe de noter que le PDME répond aux demandes d'aide à la commercialisation provenant des sociétés, tandis que le PPP s'occupe des autres services du gouvernement. En effet, il fournit au service des délégués commerciaux, aux directions sectorielles du MEIR, aux directions de l'Expansion du commerce du MAE et aux bureaux régionaux du MEIR (qui tiennent compte des besoins des provinces) les instruments voulus pour s'acquitter de leurs responsabilités en matière d'expansion des exportations.

Lorsque des sociétés canadiennes demandent l'aide du PDME pour des projets d'exposition ou de mission canadiennes, la direction générale du marketing des exportations du MAE est chargée de présenter l'ensemble de ces projets au Comité interministériel afin d'assurer la coordination efficace de ces activités avec celles des autres ministères.

L'aide accordée chaque année dans le cadre du PPP est proportionnelle:

- a) aux besoins de promotion des exportations et aux possibilités de l'industrie canadienne;
- b) aux possibilités du marché et à son accessibilité;
- c) aux priorités géographiques ou industrielles établies par le ministère des Affaires extérieures;
- d) à l'ensemble des ressources humaines et financières dont dispose le Ministère; et
- e) à la coordination du Programme avec les provinces concernées pour assurer l'efficacité maximale des efforts mutuels déployés pour l'exportation.

Purpose of Program

The federal government recognizes that there is a need for federal assistance in the exploitation of foreign markets by Canadian firms. The Promotional Projects Program is the funding vehicle through which the government underwrites some of the cost to industry of participating in promotional events that are organized by the Department of External Affairs. These events are designed to increase the knowledge of foreign buyers about Canadian products and capability and to undertake export market intelligence-gathering operations.

The program encompasses a wide variety of trade promotional techniques within three general categories: trade fairs abroad, trade missions and trade visitors. These projects are initiated by the government and reflect those events developed in consultations between the Department of External Affairs and Regional Industrial Expansion (DRIE) to achieve the government's market development objectives. The choice of projects also ensures recognition of commitments implicit in ministerial missions, policy statements and the signing of international trade agreements.

Each year a program is implemented which gives tangible evidence of federal leadership in developing world markets, while making best use of resources required to achieve these objectives. The program is designed to benefit as wide a cross-section of Canadian industry as possible by providing the opportunity to promote Canadian manufacturing capabilities, services and products in the marketplaces of the world. It also assists on-site sales, the appointment of agents, and the assessment of competition. Most important, it gives the Canadian manufacturer an appreciation of foreign business methods, problems and customer preferences.

Responsibilities for the Program

(See Figure 1, page 15)

The Promotional Projects Program is now administered by the Assistant Deputy Minister, Trade Development, in External Affairs (DEA) through an Interdepartmental Committee.

As shown on Figure 1, central program administration within DEA is provided by the Fairs and Missions Division of the Trade Development Branch, and program operation is delegated to the five geographic Branches.

But du programme

Le gouvernement fédéral reconnaît la nécessité d'offrir de l'aide aux sociétés canadiennes pour l'exploitation des marchés étrangers. C'est par le Programme des projets de promotion que le ministère des Affaires extérieures souscrit à une partie de ce qu'il en coûte aux entreprises pour participer aux activités de promotion qu'il organise. Cette promotion vise à familiariser davantage les acheteurs étrangers avec les produits et le savoir-faire canadiens et à recueillir des renseignements sur les marchés d'exportation.

Le Programme des projets de promotion comprend une vaste gamme de techniques de promotion commerciales, divisées en trois catégories générales: les foires commerciales à l'étranger, les missions commerciales et les visites commerciales. Le gouvernement lance ces projets qui résultent de consultations entre le MAE et le MEIR en vue d'atteindre les objectifs d'expansion des marchés. En même temps, ces activités assurent la reconnaissance des engagements qu'impliquent les missions ministérielles, les exposés de principe et la signature d'accords commerciaux internationaux.

Chaque année, un programme est implanté qui met en lumière les efforts que déploie le gouvernement fédéral pour développer les exportations dans le monde, tout en utilisant le mieux possible les ressources nécessaires pour atteindre ces objectifs. Le programme est orienté de façon à favoriser une tranche aussi étendue que possible de l'industrie canadienne en fournissant l'occasion aux fabricants canadiens d'offrir leurs produits et leurs services sur les marchés mondiaux. Il influe également sur les ventes sur place, la nomination d'agents et l'évaluation de la concurrence. Et, ce qui importe le plus, il donne aux fabricants canadiens une idée des méthodes commerciales, des problèmes et des préférences des clients dans les pays étrangers.

Responsabilités

(Voir le tableau 1, page 15)

C'est le sous-ministre adjoint de l'Expansion du commerce du ministère des Affaires extérieures (MAE) qui, par l'intermédiaire du Comité interministériel, assure désormais l'administration du Programme des projets de promotion.

Comme l'indique le tableau 1, l'administration centrale du Programme au sein du MAE est assurée par la Direction des foires et missions du secteur de l'Expansion du commerce, et l'exécution des programmes est déléguée à cinq secteurs territoriaux. Voici un bref résumé des nouvelles responsabilités des diverses sections du

A brief summary of the new responsibilities of the various units in DEA and DRIE for planning and implementing the trade fairs and missions activities is given below:

Interdepartmental Committee for Trade Promotion Program Management

This committee reviews program policy and evaluates all geographic plans before allocating resources under the terms of the Promotional Projects Program. The committee includes representation from the Export Development Corporation, the Canadian International Development Agency, Agriculture Canada, Regional Industrial Expansion (DRIE) and External Affairs and provides the interdepartmental interface on program policy and program formulation. The committee is chaired by the Assistant Deputy Minister, Trade Development from External Affairs.

The Committee Secretariat initiates the request for annual forecasts from all interested groups, and specifies the time schedule to be used in establishing the program as well as acting as the focal point for the presentation of unified market development programs (See Figure 2 for flow chart).

Fairs and Missions Division of Export Marketing Bureau

As a staff division within the Marketing Bureau, Trade Development Branch, this unit provides the secretariat for the Interdepartmental Committee, services the policy and program administration needs of the ADM and provides central financial administration and computer services for the delivering units. This group also provides overall management reports on program activities including performance evaluation.

The Fairs and Missions Division consolidates proposed projects from the various forecasts and provides computerized working lists for the Offices of Trade Development as well as publishing activity lists at various stages in the planning cycle for use at headquarters and in the Regions.

Trade Development Divisions of DEA

Responsibility for selection and planning of specific projects, consultation with the Posts, Sector Branches and Regional Offices, as well as operational implementation is delegated to the Trade Development Divisions in the five geographic Branches of External Affairs.

During the program formulation process, these offices are responsible for:

- a) obtaining forecasts from the posts abroad (hopefully, these will eventually be obtained through the post work process, but separate action will be required where the time frames are out of phase);
- b) obtaining adequate documentation of each proposal for priority rating and project selection;
- c) serving as the focal point for communications on individual projects and for resolving mutually-agreeable priorities;
- d) arranging for management consultations on program activities (Sector Branches/Posts/Regional Offices); and

MAE et du MEIR en ce qui concerne la planification et la mise en oeuvre des activités relatives aux foires et aux missions commerciales.

Comité interministériel pour la gestion des programmes de promotion du commerce

Ce Comité examine la politique du programme et évalue tous les plans territoriaux avant de procéder à l'affectation de ressources en vertu du Programme des projets de promotion. Ce comité est formé de représentants de la Société pour l'expansion des exportations, de l'Agence canadienne de développement international, des ministères de l'Agriculture, de l'Expansion industrielle régionale et des Affaires extérieures, et fournit des points de contact interministériels dans l'élaboration de la politique et des programmes. Le Comité est présidé par le sous-ministre adjoint de l'Expansion du commerce du MAE.

Le secrétariat du Comité envoie les demandes de prévisions annuelles à tous les groupes intéressés et précise le plan de travail qui sera suivi dans l'élaboration du Programme et qui servira de référence dans la présentation des programmes unifiés touchant l'expansion des marchés. (Voir l'organigramme au tableau 2.)

Direction du marketing des exportations — Foires et missions

En tant qu'élément fonctionnel, cette direction fournit les services de secrétariat au Comité interministériel, répond aux besoins du sous-ministre adjoint (SMA) en ce qui concerne l'application de la politique et du Programme, et dispense aux sous-sections d'exécution les services centraux en matière d'administration financière et d'informatique. Ce groupe prépare en outre les rapports généraux sur la gestion des activités entreprises dans le cadre du Programme, dont l'évaluation de la performance.

La direction des foires et missions regroupe les projets proposés à partir des diverses prévisions, fournit des listes de travail informatisées aux bureaux de l'Expansion du commerce et prépare également des listes d'activités à diverses étapes de la planification à l'intention des secteurs et des régions.

Directions de l'Expansion du commerce du MAE

La responsabilité de choisir et de planifier des projets précis, de consulter les délégations commerciales les directions sectorielles et les bureaux régionaux, et la mise en oeuvre opérationnelle sont déléguées aux directions de l'Expansion du commerce dans les cinq secteurs géographiques du MAE.

Pendant le processus d'élaboration du Programme, ces bureaux sont chargés:

- a) d'obtenir des prévisions des délégations commerciales à l'étranger (il est à espérer que cela pourra se faire un jour par le biais des rapports des délégués commerciaux, mais des mesures distinctes devront être prises quand les périodes de référence sont déphasées);
- b) d'obtenir la documentation appropriée pour chaque proposition aux fins d'établissement des priorités et de sélection des projets;

- e) determining the annual geographic promotional package to achieve the specified marketing objectives. This package will contain all types of promotional events including fairs, missions and visitor activities.

The geographic plans are assessed by the Interdepartmental Committee and funds allocated as an envelope to each geographic area for implementation of the plan.

Project Team

Depending upon the nature of the project, representatives from the Post, the Sector Branch, Information Offices and Canadian Regional Offices work with the industry participants and the Trade Development Project Manager to successfully complete the project. This team is responsible for meeting the specified objective within the allocated budget and for reporting project details, status and results to the central information system.

- c) de servir de support aux communications relatives à chaque projet et de s'occuper des priorités qui ont fait l'objet d'un accord;
- d) d'organiser des consultations avec la direction sur les activités entreprises dans le cadre du Programme (directions sectorielles, délégations commerciales, bureaux régionaux); et
- e) de déterminer chaque année la stratégie de promotion territoriale en vue d'atteindre les objectifs de commercialisation fixés. Cette stratégie comprendra tous les types de promotion, y compris les foires, les missions et les visites commerciales.

Les plans territoriaux sont évalués par le Comité inter-ministériel et des fonds sont affectés, sous forme d'enveloppes, à la mise en oeuvre des plans dans chaque secteur.

Groupe de travail

Selon la nature du projet, les représentants des délégations commerciales, les directions sectorielles, les services d'information et les bureaux régionaux travaillent de concert avec les représentants de l'industrie et le chargé de projets de l'Expansion du commerce afin de mener le projet à bonne fin. Cette équipe doit atteindre l'objectif fixé dans les limites du budget qui lui est alloué et inscrire tous les détails du programme, son état d'avancement et ses résultats au système informatique central.

Programming Cycle

The composition of the Promotion Projects Program is dependent on input from the Sector Branches and Regional Offices of DRIE, the Posts abroad, the Trade Development Divisions of DEA. The geographic Trade Development Division serves as the focal point in the communications network.

The program formulation process outlined in Figure 2 (page 16) has been developed to meet planning deadlines and ensure an effective use of all promotional techniques available to the Department.

Each Sector Branch, in collaboration with the Post and Regional Offices, is asked to prepare a product market strategy which relates to commitments in each organization's action plan and outlines those products and market areas for which marketing priorities exist.

A variety of promotional methods, applied in a regional sequence, will normally be required to penetrate an identified export market. For example, firms would not be encouraged to participate in a major promotional event until a market survey had been conducted, including input from the

Cycle de programmation

La composition du Programme des projets de promotion dépend des apports des directions sectorielles et des bureaux régionaux du MEIR, des délégations commerciales à l'étranger, des directions de l'Expansion du commerce du MAE. Les directions d'un secteur géographique servent de support dans le réseau de communications établi pour atteindre cet objectif.

Le processus de formulation du Programme exposé au tableau 2 (page 16) cherche à satisfaire les délais de planification et assure l'utilisation efficace de toutes les techniques promotionnelles offertes par le Ministère.

Chaque direction sectorielle doit, en collaboration avec les délégations commerciales et les bureaux régionaux, élaborer la stratégie de marché d'un produit qui se rapporte aux engagements énoncés dans les prévisions de programme de chaque organisation et préciser les produits et les marchés pour lesquels il existe une priorité de commercialisation.

Une diversité de méthodes de promotion appliquées en une suite rationnelle sera normalement nécessaire pour pénétrer un marché d'exportation déterminé. Par exemple,

responsible Post. Incoming trade missions or trade visits normally serve as follow-up to a trade fair or a high-level outgoing mission.

The Trade Development Divisions, in collaboration with the Public Affairs Branch, the Regional Offices, the Sector Branches, and the Posts, then determine the particular promotional package most likely to achieve the marketing objective. This package will not only contain trade fairs but also other promotional media. It should be emphasized that the Trade Development Divisions are constantly on the lookout for new promotional techniques and are prepared to give serious consideration to proposals other than trade fairs and trade missions.

Individual project proposals, arising from the Post Annual Forecasts and the Sector Plans, are prepared in detail by the originator on Project Proposal Form (Appendix A) and forwarded to the appropriate geographic Trade Development Division for budgeting and inclusion in the area plan.

These plans are assessed by the Interdepartmental Committee, and resources are allocated to each area for implementation of the projects.

The objective of this systematic approach to program planning is to produce a rational and officially-approved promotional program with sufficient lead time to effectively implement the projects. A successful promotional event takes place only after a careful planning process that varies in length depending on the nature of the event. For example, trade fairs require at least 12 months; whereas incoming-buyer visits may be organized in a few days.

on ne devrait pas encourager des sociétés à participer à une manifestation de promotion importante sans avoir d'abord procédé à une étude du marché par l'intermédiaire de la délégation commerciale concernée. D'autre part, des missions ou des visites commerciales au Canada serviraient normalement de suite à une foire commerciale ou à une mission étrangère de grande envergure.

Les directions de l'Expansion du commerce déterminent alors, de concert avec la Direction centrale des Affaires publiques, les bureaux régionaux, les directions sectorielles et les délégations commerciales, la stratégie particulière de promotion qui est le plus susceptible de réaliser l'objectif de commercialisation souhaité. Cette stratégie ne se limitera pas aux foires commerciales, mais utilisera également d'autres médias de promotion. Il importe de souligner que les directions de l'Expansion du commerce recherchent constamment de nouvelles techniques de promotion et sont disposés à examiner sérieusement les propositions qui ne peuvent s'adapter aux contraintes traditionnelles des foires et des missions commerciales.

Les propositions de projets individuels émanant des prévisions annuelles des délégations commerciales et des plans des directions sectorielles sont exposées dans la formule "Proposition de projet" (voir l'annexe A) et remises à la direction appropriée de l'Expansion du commerce pour inscription au budget et inclusion dans le secteur géographique concerné.

Les plans sont évalués par le Comité interministériel et des ressources sont affectées à chaque secteur pour la mise en oeuvre des projets.

L'objectif de cette méthode systématique d'aborder la planification d'un programme est de produire un Programme de promotion rationnel, approuvé officiellement, en accordant un délai suffisant pour bien implanter les projets qu'il comporte. Une promotion n'a de succès que si elle découle d'un processus de planification minutieux dont la durée varie selon la nature de la manifestation; par exemple, les foires commerciales exigent au moins 12 mois de préparatifs, alors que les visites d'acheteurs étrangers peuvent être organisées en quelques jours.

Promotional Program

Trade Fairs

The Department sponsors and organizes the participation of Canadian firms, trade organizations, associations, etc., and co-ordinates the design, construction, erection and operation of the exhibits. The objective of the trade fair exhibit is to permit Canadian companies and others to expose products or services to the governments, business community or consumers in foreign markets at a nominal cost.

Programme de promotion

Foires commerciales

Le Ministère parraine et organise la participation canadienne à des foires commerciales à l'étranger de sociétés, d'associations et d'organismes commerciaux, etc., et veille à la coordination du design, de la construction, de l'érection et du fonctionnement des stands, afin de permettre aux sociétés et autres organismes canadiens d'exposer leurs produits ou d'offrir leurs services à un coût minime sur les marchés étrangers aux milieux des affaires, aux consommateurs et aux gouvernements.

In recent years, the program has emphasized "vertical" international fairs with specific product and commercial specialization, as opposed to "horizontal" or mixed product fairs to which the general public is admitted. As a result, participation in many of the shows now sponsored by the Department is limited to a specific industry sector. Recognizing that the maximum benefit from participation in a given exhibition is only achieved after repeated exposure, the Department usually commits itself to participate in a show on two to three consecutive occasions after which it is expected that Canadian industry will continue to take part without government support.

Solo exhibitions abroad are undertaken by the program when it is felt that no regularly scheduled trade shows are available to promote Canadian products in the market to be penetrated.

In-store promotions are sponsored as part of a continuing program of promotions at point of sale for consumer products.

Catalogue shows and in-store promotions are also held where appropriate to the market.

Posts in some countries have made frequent use of the information booth concept to provide a presence at a fair in their area where Canadian participation is desirable but the market situation at that time does not justify full-scale participation.

Choosing Appropriate Trade Fairs

Thousands of international trade fairs are held every year in all parts of the world. Budget and manpower limitations preclude the government from offering its services to Canadian industry in all of these fairs. The extent and composition of the trade fair activity is determined by the following criteria:

- (1) The level of priority accorded over time by the program to the particular market area to which the fair is oriented, and the specific products the fair is designed to promote.
- (2) The degree of comparative advantage Canadian producers enjoy vis-à-vis other countries with respect to the products to be promoted.
- (3) The level of demand (actual or potential) for the products to be promoted in the relevant market area and the existence of favourable sales environment.
- (4) The cost/benefit expected in terms of sales resulting per dollar invested.
- (5) The extent to which the trade fair in question is a suitable vehicle for achieving the desired marketing objective.

Although a fair might otherwise be eligible, the program will not normally proceed with its participation if fewer than eight companies agree to take part.

Approval of participation in a trade fair should be completed 12 to 18 months before the date of the fair. The major factors contributing to this lead time are exhibit design; budget approval; space acquisition (prime space goes on a first-come, first-served basis and space commitments must be made several months in advance); contracting of exhibit construction and services; recruiting company participation; and hotel and travel reservations.

Au cours des dernières années, le Ministère a accordé plus d'importance aux foires internationales "verticales", spécialisées dans un produit ou une industrie, qu'aux foires "horizontales", ouvertes au grand public. Par conséquent la participation à de nombreuses expositions actuellement parrainées par le Ministère se limite à un secteur particulier de l'industrie. Reconnaissant qu'il ne peut tirer un avantage maximal de la participation à une exposition donnée qu'après maintes répétitions, le Ministère s'engage habituellement à participer à deux ou trois manifestations consécutives, après quoi il s'attend à ce que l'industrie canadienne puisse continuer ses activités à l'étranger en se passant de l'appui du gouvernement.

Des "expositions en solo" ont lieu à l'étranger sous les auspices du Programme lorsqu'on estime qu'il n'existe pas d'autres manifestations permettant de promouvoir les produits canadiens sur les marchés visés.

Des "promotions en magasin" sont aussi parrainées dans le cadre du Programme permanent de promotion; elles ont lieu aux points de vente des biens de consommation.

Des expositions d'échantillons et des promotions en magasin se déroulent aussi là où elles sont le plus profitables.

Les délégations situées dans certains pays ont souvent exploité des kiosques d'information en vue de favoriser la "présence" du Canada à une foire régionale où la participation canadienne est souhaitable, mais où la situation du marché à ce moment-là ne justifie pas une participation d'envergure.

Méthode de sélection des foires commerciales

Des milliers de foires commerciales internationales ont lieu chaque année dans toutes les parties du monde. Les restrictions budgétaires et le manque de personnel empêchent le gouvernement d'offrir son aide à l'industrie canadienne pour qu'elle participe à toutes ces foires. L'application des critères suivants détermine le degré et la composition des activités du Ministère dans les foires commerciales:

- 1) le degré de priorité accordé en vertu du Programme au secteur commercial particulier sur lequel la foire est axée et aux produits précis que la foire est censée promouvoir;
- 2) l'avantage plus ou moins grand des produits canadiens à promouvoir par rapport aux biens correspondants des autres pays;
- 3) l'importance de la demande, réelle ou possible, des produits à promouvoir dans le marché pertinent, et la mesure dans laquelle le milieu favorise la vente des produits;
- 4) la rentabilité prévue en fonction de la vente par dollar investi;
- 5) la mesure dans laquelle la foire commerciale en question peut favoriser la réalisation de l'objectif désiré de commercialisation.

Même si une foire remplit les conditions requises, le Programme ne permet pas généralement que le Canada y participe si moins de huit sociétés acceptent de prendre part à la manifestation.

La participation à une foire commerciale doit être autorisée 12 à 18 mois à l'avance. Les principaux éléments qui rendent

Participant Eligibility

In order to participate in a government-sponsored Canadian exhibit at an international trade fair, a firm must:

- (1) be currently established and operating in Canada;
- (2) be willing to export;
- (3) have the ability to compete in foreign markets for the products involved;
- (4) have satisfactory financial and management strengths to enter and sustain the export market with its products; and
- (5) sign a participation agreement (Appendix C) with Department of External Affairs. (See Figure 4 for cost-sharing arrangement.)

Participants are selected on a first-come, first-served basis up to the limits of space available.

Form of Assistance

The program will provide participating firms with a complete exhibition service for which the company pays a participation fee, as outlined in Figure 4 (page 18). This service includes:

- Management of the Canadian presentation.
- Exhibition space.
- Exhibit design and construction.
- Employment of interpreters and hostesses (the cost of which is normally borne by the individual participant).
- Co-ordinated shipping service (including customs clearance) for participants' product displays and, in certain cases, payment of 100 per cent of the cost of bringing the products back from the site to the company's plant.
- Unpacking and placement of participants' materials on site. *Note:* the hookup of demonstration equipment is normally paid for and supervised by the company representative.
- All utilities at the exhibition except telephone.
- Janitorial and guard service at the exhibition.
- Provision of a reception and/or business lounge at the exhibition site for participating firms and potential buyers (if considered desirable).
- A co-ordinated publicity program (including press releases, brochures, give-aways, advertising and media interviews).
- Marketing counsel at the exhibition, including the arrangement of contacts with local buyers.
- Dismantling and repacking of exhibitors' materials.

ce délai nécessaire sont la conception des étalages, l'approbation du budget, l'acquisition de l'espace nécessaire (l'espace est alloué selon la formule du "premier arrivé, premier servi" et la location doit se faire plusieurs mois à l'avance), l'adjudication des contrats pour la construction des stands et pour les services, le recrutement des sociétés qui participeront et, enfin, la réservation de chambres d'hôtels et le transport.

Admissibilité

Pour participer à une exposition canadienne parrainée par le gouvernement lors d'une foire commerciale internationale, une société doit remplir les conditions suivantes:

- 1) elle doit être établie au Canada et y travailler;
- 2) elle doit être disposée à exporter;
- 3) elle doit être en mesure de soutenir la concurrence sur les marchés étrangers dans le cas des produits en question;
- 4) elle doit être dans une situation financière favorable et avoir une administration éprouvée pour se lancer sur le marché d'exportation et soutenir la concurrence; et
- 5) elle doit signer une convention de participation (voir à l'annexe C) avec le ministère des Affaires extérieures. (Voir le tableau 4 pour les accords à frais partagés.)

Les participants sont choisis selon la formule du "premier arrivé, premier servi" dans les limites de l'espace disponible.

Genre d'aide

Le Programme fournira aux entreprises participantes un service complet d'exposition dont le coût sera partagé avec la société selon une formule exposée au tableau 4 (page 18). Cela comprend:

- la gestion de la présentation canadienne;
- l'espace d'exposition;
- le design et la construction du stand;
- le recrutement d'interprètes et d'hôtes (habituellement aux frais du participant);
- la coordination du service d'expédition, y compris les frais de douane pour les produits des participants et, dans certains cas, le paiement de 100 % des coûts du ré-acheminement des produits en question à l'usine de la société;
- le déballage et la disposition des biens des participants sur les lieux; il est à noter qu'en règle générale le représentant de la compagnie s'occupe lui-même du transport du matériel de démonstration et assume les frais inhérents;
- tous les services à l'exposition, sauf le téléphone;
- les services de concierge et de gardien sur les lieux;
- l'organisation d'une réception, si cela semble souhaitable, sur les lieux de l'exposition pour les entreprises participantes et les acheteurs éventuels;
- une campagne publicitaire coordonnée: communiqués, brochures, articles cadeaux, réclames et entrevues avec les médias;
- des conseillers en commercialisation à l'exposition, y compris l'établissement de contacts avec des acheteurs locaux; et

The trade fair technique is not always the most appropriate method of promoting Canadian exports. In some market areas, for instance, suitable international trade fairs do not exist. Also, it is not always possible to transport unwieldy products abroad for display. In these situations, an incoming mission of foreign buyers may be the preferred technique for bringing together Canadian suppliers and foreign customers (see Incoming Buyers, page 12). This is particularly true where high-level contacts must be made to accomplish sales, or where it is desirable for the foreign buyer to see the manufacturing capacity and technical ability of Canadian firms.

Trade Missions

Participation in government-sponsored trade missions is by special invitation of the Minister or his delegate. Both outgoing and incoming missions may be sponsored under the missions section of the Promotional Projects Program.

In general, outgoing missions are organized to achieve trade objectives such as the promotion of Canadian equipment, products and services. However, in the case of senior level missions, they may be used to negotiate trading agreements or the reduction of the trade barriers.

The underlying principle behind the approval of a trade mission proposal is that each mission should have a clearly-stated trade objective and a membership selected to achieve that objective.

Types of Missions

- **Ministerial and High-Level Missions** — Missions led by an Assistant Deputy Minister or higher, fit into this category. Usually these missions have a general trade objective covering several product sectors. As such, they provide opportunities to meet with senior government trade officials and foreign industry as a means of developing Canada's export potential. These missions could also lead to the negotiation and implementation of reciprocal trade agreements with foreign countries.
- **Commodity-Oriented Trade Mission** — Many of the outgoing and incoming missions sponsored by the program fit into this category. The overall aim of these missions is to develop a better understanding by Canadian industry of foreign market needs and to expose foreign buyers to Canadian expertise, services and equipment as a basis for export sales. To achieve these objectives, mission membership is specifically selected from the product sector of interest.
- **Seminars** — Some outgoing missions take the form of seminars in foreign countries to introduce specialized technology available from Canada. On these occasions, additional support may be given for the cost of meeting rooms and facilities — audio-visual, public address equipment, translation services, and printing and distributing of technical papers specific to the seminar.
- **Economic and Industrial Co-operation Missions** — These outgoing and incoming missions usually result from the provisions for periodic exchanges included in reciprocal agreements with foreign governments. As such, they provide the mechanism and environment for co-operation in technology, industry development and trade. They also provide a forum for resolving problems associated with these initiatives.

— le démontage et le réemballage du matériel des exposants.

La participation à une foire commerciale n'est pas toujours la meilleure façon de promouvoir les exportations canadiennes. Ainsi, dans certaines régions, il n'existe pas de foires internationales pouvant se prêter à une telle promotion. En outre, il n'est pas toujours possible d'acheminer certains produits pour une démonstration à l'étranger. Dans de tels cas, la venue de missions étrangères au Canada peut être préférable (voir Acheteurs en visite, page 12) surtout lorsque des contacts à des niveaux élevés s'imposent ou lorsqu'il est souhaitable que l'acheteur étranger se rende compte sur place des possibilités et des techniques des firmes canadiennes.

Missions commerciales

Participent aux missions commerciales sous l'égide du gouvernement ceux qui reçoivent une invitation spéciale du ministre ou de son représentant. Ces missions à l'étranger ou au Canada peuvent être parrainées en vertu de la partie "missions" du Programme des projets de promotion.

En général, les missions à l'étranger sont organisées afin d'atteindre des objectifs commerciaux bien définis, telle la promotion des produits et services canadiens. Toutefois, les missions à un échelon élevé peuvent servir à la négociation d'accords commerciaux ou de réduction des barrières tarifaires.

Pour être approuvée, une mission commerciale doit viser un objectif commercial bien défini et réunir des membres choisis précisément en vue d'atteindre cet objectif.

Genres de missions

- **Missions ministérielles et de hauts fonctionnaires.** Il s'agit des missions dirigées par un sous-ministre adjoint ou par une personnalité de rang plus élevé. En général, ces missions ont un objectif commercial englobant plusieurs secteurs. Elles permettent d'établir des contacts avec les principaux responsables du commerce extérieur pour développer le potentiel des exportations canadiennes. Ces missions peuvent aussi aboutir à la négociation et à la mise en oeuvre d'accords commerciaux bilatéraux avec les pays en cause.
- **Mission axée sur des secteurs précis.** Un grand nombre de missions à l'étranger et de missions étrangères au Canada, parrainées en vertu du Programme, relèvent de cette catégorie. Elles ont pour but de familiariser davantage l'industrie canadienne avec les besoins des marchés étrangers, et de faire connaître aux acheteurs étrangers le savoir-faire, les services et le matériel canadiens, le tout dans une optique d'exportation. Afin d'atteindre ces objectifs, les membres de ces missions doivent représenter les secteurs qui font l'objet de celles-ci.
- **Colloques.** Certaines missions à l'étranger visant à promouvoir une technique spécialisée offerte par le Canada, prennent la forme de colloques. Dans ce cas, une aide additionnelle est prévue pour les frais suivants: salles de réunion et installations (audio-visuel et matériel de conférence), services de traduction, impression et distribution de documents techniques à l'intention des participants au colloque.
- **Missions de coopération économique et industrielle.** Ces missions à l'étranger et au Canada découlent

Method of Selection

Missions are one element of a systematic long-term marketing effort. In this context, the decision to sponsor a mission within a marketing program is made well in advance of the event to enable the Department to:

- provide suitable travel arrangements during peak travel periods;
- obtain visas;
- ensure that key executives, who plan their business commitments well in advance, are available for the missions;
- plan a suitable mission program and make the necessary arrangements;
- prepare an appropriate publicity program, which entails the printing of special booklets; and
- assemble and ship accompanying supplies/materials.

Nominations for membership in outgoing trade missions are normally made by the Department of Regional Industrial Expansion in consultation with the Posts abroad, the Regional Offices and the Geographic Branches. Nominees are selected on the basis of:

- suitability as a representative of a particular segment of the industry;
- technical qualifications and contribution to the mission's objective;
- representation of a Canadian-based company with a satisfactory performance record and an interest in exporting to the region concerned; and
- regional distribution within Canada.

The final decision on high-level mission membership is made by the Minister's office on the basis of a list of nominees prepared for the Geographic Branches of External Affairs.

Outgoing working-level mission membership is normally restricted to five to ten members with the membership chosen by the Sector Branch after consultation with other interested parties and subject to the approval of the Deputy Minister or Assistant Deputy Minister.

Incoming mission membership is normally suggested by the Post in the area in consultation with the industry sector specialists. But the method of choosing members may vary considerably depending on the purpose of the mission. Also, senior trade missions may be selected directly by the Minister.

Form of Assistance

The government initiates, plans and manages all trade missions it sponsors. In particular, the program undertakes to:

- prepare an appropriate field program and itinerary for the mission;
- hold a briefing by government officials for mission members to familiarize them with the program, the areas or industries to be visited, the itinerary and the travel arrangements;
- arrange a publicity program which might include press conferences, press releases and promotional items;

habituellement des dispositions prévoyant des échanges périodiques qui contiennent les accords réciproques conclus avec les gouvernements étrangers. Ces missions sont un tremplin pour la coopération technologique, industrielle et commerciale. Elles permettent aussi de résoudre les problèmes que peuvent comporter ces initiatives.

Méthode de sélection

Les missions constituent un chaînon d'un effort systématique de commercialisation à long terme. Dans le présent contexte, il convient de décider bien à l'avance du parrainage d'une mission pour permettre au Ministère:

- de prendre des dispositions pour voyager en des endroits très fréquentés;
- de se procurer les visas nécessaires;
- de s'assurer que les administrateurs clés, qui prévoient leur emploi du temps longtemps à l'avance, seront disponibles;
- de prévoir un programme de mission adéquat et de prendre les dispositions nécessaires;
- de mettre au point une campagne publicitaire appropriée, ce qui comporte la publication de brochures spéciales; et
- d'assembler et d'expédier des fournitures et du matériel d'accompagnement.

Les nominations relatives à la participation à des missions commerciales à l'étranger sont normalement faites par le ministère de l'Expansion industrielle régionale en consultation avec les délégations commerciales à l'étranger, les bureaux régionaux et les bureaux et secteurs géographiques. Les participants sont choisis d'après les critères suivants:

- aptitude à bien représenter un secteur donné de l'industrie;
- compétences techniques et apport à l'objectif de la mission;
- représentativité d'une société fixée au Canada, qui a un rendement satisfaisant et qui désire exporter dans la région concernée; et
- répartition régionale.

Le cabinet du ministre prend la décision définitive concernant le choix des participants à une mission de hauts fonctionnaires à partir d'une liste de candidats préparée pour les secteurs géographiques du MAE.

La participation à une mission technique et de travail de niveau moins élevé est normalement limitée et comprend de cinq à dix membres; les participants sont choisis par les directions sectorielles, après consultation avec les autres parties intéressées et sous réserve de l'approbation du sous-ministre ou du sous-ministre adjoint.

La participation à une mission de visiteurs au Canada est normalement proposée par la délégation commerciale dans la région, après consultation avec des spécialistes du secteur industriel; mais la méthode de sélection des membres peut varier considérablement selon le but de la mission. Ici aussi, les missions commerciales importantes peuvent être choisies directement par le Ministère.

- prepare a briefing book for outgoing mission members containing pertinent information in the mission itself and on the areas to be visited;
- produce an identification folder and other publicity material relating to outgoing missions;
- arrange interpreters' services, including their travel and accommodation requirements;
- provide necessary administrative assistance for the mission;
- arrange hotel bookings for members;
- arrange (and fund) return economy air transportation for members;
- arrange receptions for mission members with officials and businessmen;
- underwrite local transportation costs for mission members;
- obtain special passports and visas for outgoing mission members;
- produce a final report incorporating the input of all the mission members;
- follow up any trade opportunities arising from the mission;
- pay the cost of hotels, meals and incidental charges for incoming mission members up to a limit prescribed by the Treasury Board; and
- provide a departmental officer to accompany the mission.

Trade Visitors

Incoming Buyers

Under its trade visitors' activity, the government invites influential foreign businessmen (buyers) and government representatives (delegates) to examine Canadian goods and services and to inspect the industrial capability of Canadian firms. Visits may also be arranged to Canadian trade fairs or exhibitions where Canadian products are being displayed. As such, these projects are complementary to incoming missions and trade fairs.

Commission agents are not eligible unless they are part of an incorporated company which in fact purchases for resale.

Method of Application

All applications are submitted by a government organization directly involved in the marketing activity. The government-initiating agency making the proposal provides specific recommendations on any allocation of eligible costs and/or sharing of expenses. The application is circulated to interested organizations within External Affairs and Regional Industrial Expansion, with a request for comment and concurrence. High-cost projects may require consideration by the central Interdepartmental Committee.

The Project Co-ordinator in the relevant Trade Development Division is responsible for advising all units concerned of the approval or rejection of the proposal. It is also the responsibility of the Trade Development Division to authorize the appropriate overseas post to issue official invitations and to arrange for the completion of any relevant documentation.

Genre d'aide

Le gouvernement conçoit, planifie et gère toutes les missions qu'il parraine. En particulier, le Programme prévoit:

- la préparation d'un itinéraire et d'un programme appropriés pour les membres de la mission;
- la tenue par des hauts fonctionnaires fédéraux d'une séance d'information à l'intention des participants afin de les familiariser avec le programme de la mission, les régions ou industries à visiter, l'itinéraire et les arrangements de voyage;
- l'organisation d'une campagne publicitaire pour la mission avec conférences de presse, communiqués et articles de promotion;
- la préparation d'une brochure d'information sur la mission et les régions qui seront visitées à l'intention des membres de la mission;
- la préparation d'un dépliant et d'autre matériel publicitaire sur la mission;
- les services d'interprétation, y compris le déplacement et l'hébergement des interprètes;
- les services nécessaires de secrétariat pour la mission;
- la réservation de chambres d'hôtel pour les membres de la mission;
- la réservation et le paiement des billets d'avion aller-retour en classe économique pour les membres de la mission;
- l'organisation de réceptions pour les membres de la mission avec des hauts fonctionnaires et des gens d'affaires;
- le paiement des frais de transport sur place des membres de la mission;
- l'obtention de passeports et de visas spéciaux pour les membres d'une mission à l'étranger;
- la rédaction d'un rapport final de mission avec la participation de tous les membres;
- la relance de tout débouché repéré par la mission;
- le règlement de frais d'hôtel, des repas et des menues dépenses d'une mission au Canada jusqu'à la limite prescrite par le Conseil du Trésor;
- le détachement auprès de la mission d'un fonctionnaire du Ministère.

Visites commerciales

Acheteurs en visite

Au titre de ses activités pour les visiteurs étrangers, le gouvernement invite des gens d'affaires influents à examiner les produits et services du Canada et à étudier les compétences industrielles de sociétés canadiennes. Il peut aussi organiser des visites aux foires ou aux expositions commerciales où des produits canadiens sont présentés. Ces projets, comme tels, complètent les missions et les foires commerciales qui ont lieu au pays.

Les agents travaillant à commission ne sont pas admissibles à moins d'être membres d'une société constituée en corporation qui achète dans l'intention de revendre.

To permit adequate evaluation of the proposed project and to develop a suitable itinerary, it is necessary to allow a minimum of two weeks' lead time from the date of application to the date of the intended visit. A shorter lead time should be the exception rather than the rule.

Applications should be submitted to the geographic Trade Development Division on the standard Proposal Form and Appendix A for incoming buyers. *Note:* incoming buyers' data may be transmitted by telephone or telex to facilitate implementation. It is the responsibility of the organization originally proposing the visit to submit a report to the project co-ordinator in the Geographic Branch immediately after the visit.

Form of Assistance

The Department provides the following assistance to incoming trade visitors:

- an appropriate field program and itinerary;
- return economy air fare;
- the cost of hotel accommodation, meals and local transportation;
- hotel bookings in Canada; and
- an officer to accompany incoming buyers while they are in Canada.

Expenses incurred by the visit are sometimes shared with companies, groups of companies and/or associations which stand to benefit directly from the visit.

Participant Eligibility

The trade visitors' project is open to individuals from business and government from overseas. The main criteria for eligibility are the capability of the visitor to have an influence on buying Canadian goods and services, and to have an interest that can benefit more than one Canadian company or region. The company or government agency the visitor represents should be capable of fulfilling any sales contracts into which it may enter. The program is not open to executives or employees of Canadian-owned subsidiary operations.

Responsibilities of Companies Visited

The companies visited should produce goods or supply services that possess a high level of Canadian content and are currently in production. The firms should also be willing to export, be capable of competitive performance in the relevant market for the products concerned, and possess satisfactory financial and management strengths to enter and to sustain themselves in the export market.

Présentation de la demande

Toutes les demandes devront être présentées par un organisme gouvernemental directement intéressé à la commercialisation. Celui qui présente la proposition fera des recommandations précises pour toute allocation de frais admissibles et de partage des dépenses. Après réception, on fera circuler la demande parmi les organismes intéressés des ministères des Affaires extérieures et de l'Expansion industrielle régionale en leur demandant leurs commentaires et leur approbation. Les projets très coûteux peuvent nécessiter un examen du Comité interministériel.

Le coordonnateur des projets à la direction de l'Expansion du commerce intéressée est chargé d'aviser tous les services concernés de l'approbation ou du rejet de la proposition. Il incombe aussi à la direction de l'Expansion du commerce d'autoriser la délégation commerciale concernée pour qu'elle lance les invitations officielles nécessaires et veille à faire remplir la documentation pertinente.

Afin de permettre une évaluation suffisante du projet envisagé et de dresser l'itinéraire qui convient, il faut accorder un délai d'au moins deux semaines entre la date de la demande et celle de la visite prévue. Une marge de temps réduite devra être l'exception et non la règle.

Les demandes doivent être présentées à la direction du secteur géographique concerné de l'Expansion du commerce à l'aide de la formule de proposition type et selon l'annexe A pour les acheteurs en visite.

REMARQUE. Les données concernant les acheteurs en visite peuvent être transmises par téléphone ou télex pour faciliter la mise en oeuvre. Il incombe à l'organisme qui a initialement proposé la visite de soumettre un rapport au coordonnateur du projet au secteur géographique de l'Expansion du commerce immédiatement après la visite.

Genre d'aide

Le Ministère fournit l'aide suivante aux acheteurs étrangers en visite:

- un programme sur place et un itinéraire approprié;
- des billets d'avion aller-retour en classe économique;
- les frais d'hôtel, de repas et de transport sur place;
- les réservations de chambres d'hôtel pour les visiteurs; et
- les services d'un agent pour accompagner les acheteurs étrangers durant leur séjour au Canada.

Il arrive que les dépenses engagées pour une visite soient partagées avec les sociétés, les groupements de sociétés ou les associations susceptibles de bénéficier directement de la visite.

Admissibilité

Le projet de visites commerciales est offert à des particuliers appartenant au monde des affaires ou au gouvernement de n'importe quel pays du monde. Les principaux critères d'admissibilité sont la possibilité de la part du visiteur d'influer sur les achats au Canada et la preuve d'un intérêt qui va au-delà d'une société et d'une région. La société ou l'organisme gouvernemental que le visiteur représente doit aussi pouvoir remplir tous les contrats de vente qu'il pourrait conclure. Le programme n'est ouvert ni aux cadres ni aux employés de filiales à l'étranger de sociétés d'exportation du Canada.

Responsabilités des sociétés visitées

Les sociétés visitées devraient produire des biens et services à contenu canadien important et dont la fabrication est déjà en cours. Elles devraient en outre être disposées à exporter, être capables de rivaliser avantageusement sur le marché des produits concernés et posséder des ressources financières et administratives suffisantes pour pénétrer les marchés d'exportation et s'y implanter.

FIGURE 1
ORGANIZATION CHART
PROMOTIONAL PROJECTS PROGRAM —
OPERATIONS

TABLEAU 1
ORGANIGRAMME
DU PROGRAMME DES PROJETS DE PROMOTION —
OPÉRATIONS

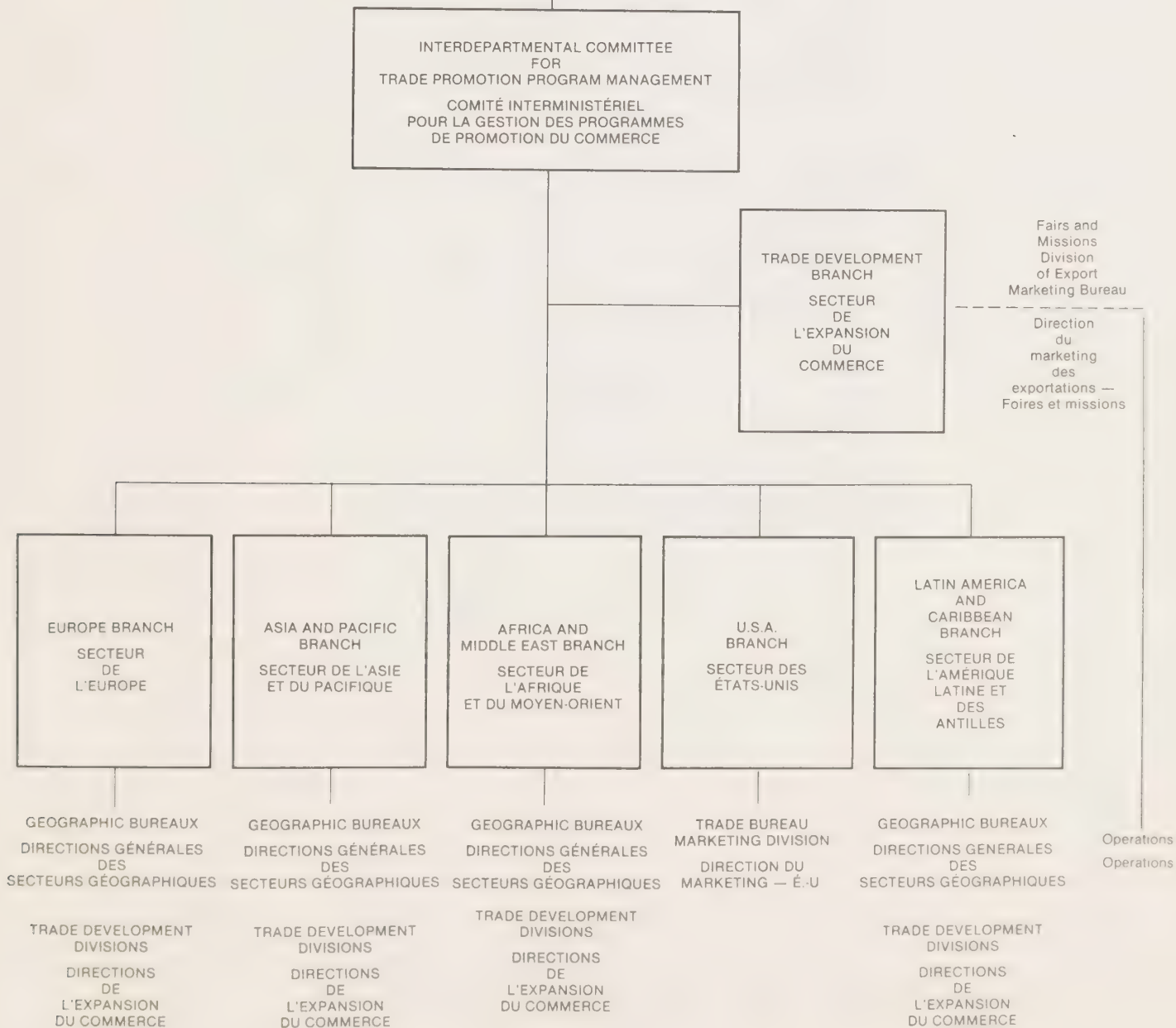


FIGURE 2

TABLEAU 2

**PROMOTIONAL PROJECTS PROGRAM
FORMULATION PROCESS**

**PROCESSUS DE FORMULATION
DU PROGRAMME DES PROJETS DE PROMOTION**

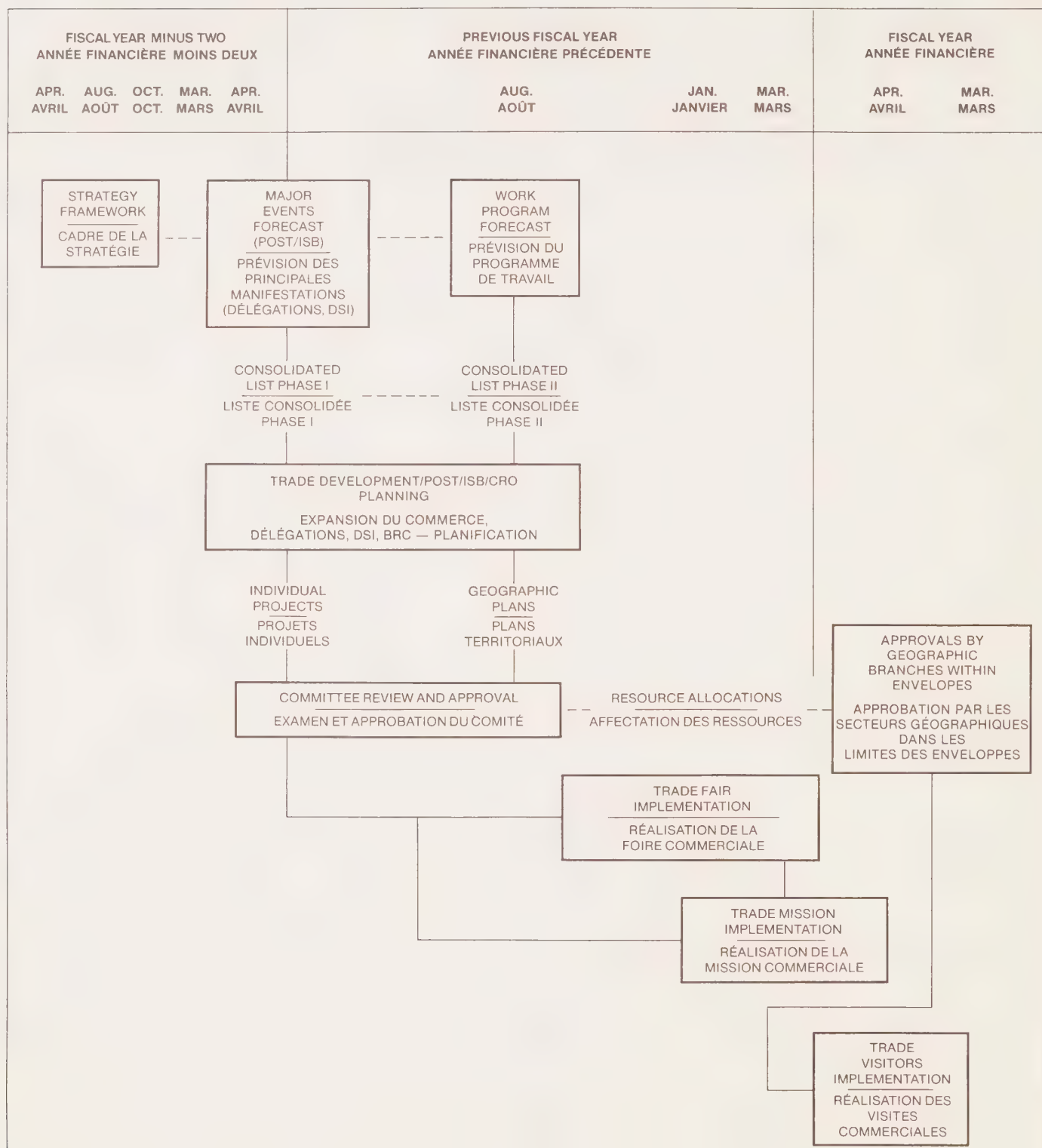


FIGURE 3
FORMS OF TRADE PROMOTIONAL SUPPORT
AVAILABLE TO INDUSTRY
FROM THE FEDERAL GOVERNMENT

TABLEAU 3
SOMMAIRE DE L'AIDE FÉDÉRALE
OFFERTE À L'INDUSTRIE
AU CHAPITRE DE LA PROMOTION

	SEMINARS (OFF-SHORE) COLLOQUES (OUTRE-MER)	IN-MISSION MISSIONS EN VISITE AU CANADA	OUT-MISSION MISSIONS CANADIENNES À L'ÉTRANGER	INCOMING VISITORS VISITEURS ÉTRANGERS	TRADE FAIRS FOIRES COMMER- CIALES	SOLO FAIRS EXPOSI- TIONS SOLO	PEMD C PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATION, PARTIE C	PEMD D PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATION, PARTIE D
AIR FARES BILLETS D'AVION	XX	XX	XX	XX			X	X
SHIPPING (PRODUCTS GOODS, ETC.)								
EXPEDITION, PRODUCTS EXPOSÉS, ETC.)					XX ³	XX ³	X	
INTERPRETERS INTERPRÈTES	XX	XX					X	
MEALS REPAS		0						
ACCOMMODATION LOGEMENT		0			0	0		
HOSPITALITY ACCUEIL		0			DT	DT		
PUBLICITY PUBLICITÉ					XX	XX		
PROJECT ADMINISTRATION ADMINISTRATION DES PROJETS								
GROUND TRANSPORT (PERSONNEL)	XX	XX					X	
TRANSPORT SUR PLACE (PERSONNEL)								
DESIGN DESIGN					XX	XX		
BOOTH CONSTRUCTION CONSTRUCTION DU STAND					XX	XX	X	
SPACE RENTAL LOCATION DE L'ESPACE					XX	XX	X	
SALARIES SALAIRE				0			0	0
PER DIEM INDEMNITÉ DE SÉJOUR				For all but U.S. Buyers Sauf pour les acheteurs américains				

LÉGENDE
XX 100 %
X 50 %
0 Montant normalement conforme à l'allocation de séjour normale et aux directives du Conseil du Trésor
PM Publicité du ministère seulement

PM Marketing

- 1 Les billets d'avion sont normalement calculés au taux "économique" ou "excursions". Les exceptions dépendent habituellement de la nature du projet.
- 2 Les interprètes qui se trouvent aux foires commerciales le sont généralement aux frais des sociétés.
- 3 Les frais de retour au Canada sont entièrement payés.

FIGURE 4

TRADE FAIRS COST-SHARING, SPACE AND PARTICIPATION AGREEMENTS

1. Deposit by Company

For trade shows in all areas of the world, the basic participation fees which will be refunded when company completes participation in accordance with terms of agreement: \$50/m².

2. Failure to Participate

The Department reserves the right to invoice companies which sign participation agreements and withdraw and/or fail to adequately meet the participation requirements, for costs incurred on their behalf.

3. Transportation

The Department will pay the full cost of shipping company's unsold exhibited products or displays back from the fair site to company plant or any one destination equal to, but not in excess of the cost that would be incurred if the shipment was returned by the most direct routing from fair site to Canada (see Appendix C, "Application For Space and Participation Contract", for reference to duties, tariffs, insurance, etc.) by land and/or sea conveyance.

4. Co-ordinated Services

In situations where the Department organizes a service which is to be paid for by the industry participants, the cost will be prorated on a prearranged basis and each company will be asked to contribute to a co-ordinated suspense account for payment of the invoices from the supplier.

TABLEAU 4

FOIRES COMMERCIALES— ACCORDS CONCERNANT LA PARTICIPATION, LE PARTAGE DES COÛTS ET L'ESPACE

1. Cautionnement de la société

Pour les salons commerciaux ayant lieu dans toutes les régions du monde, les droits de participation, qui seront remboursés lorsque la participation de la société aura eu lieu selon les conditions de l'accord, s'élèvent à 50\$/m².

2. Défaut de participation

Le Ministère se réserve le droit de facturer aux sociétés qui signent des accords de participation mais qui se retirent ou qui ne satisfont pas aux conditions de participation, les coûts subis en leur nom.

3. Transport

En ce qui concerne les étalages des produits exposés non vendus, le Ministère assumera **entièrement** les frais de retour de la foire à la compagnie ou à tout autre point équidistant; cependant, ces frais ne devront pas dépasser la dépense que représenterait le transport de retour si le colis était expédié par la voie de terre ou de mer la plus directe entre la foire et le Canada. (Voir le document "Demande d'espace et contrat de participation" pour ce qui est des droits de douane, des tarifs, des assurances, etc, à l'annexe C.)

4. Services coordonnés

Dans les cas où le Ministère met sur pied un service dont les frais seront absorbés par les participants de l'industrie, le coût sera déterminé au prorata, sur une base convenue au préalable, et on demandera à chaque compagnie de contribuer à un compte provisoire qui servira à acquitter les factures du fournisseur.



APPENDIX A ANNEXE A

PROMOTIONAL PROJECTS PROGRAM/PROGRAMME DES PROJETS DE PROMOTION

PROJECT PROPOSAL

PROPOSITION DE PROJET

Date

EVENT TYPE/GENRE D'ÉVÉNEMENT

☐ Trade exhibition (with companies)
Exposition commerciale (avec sociétés)

☐ Outgoing mission
Mission en visite à l'étranger

☐ Institutional exhibit
Présentation institutionnelle

☐ Incoming mission
Mission en visite au Canada

☐ Information booth
Stand d'information

☐ Visit to Canada
Visite au Canada

☐ Technical seminar
Séminaire technique

☐ Other (specify)
Autre (préciser)

SECRETARIAT USE ONLY RÉSERVÉ AU SECRÉTARIAT

Proposal No./N° de la proposition

Fiscal Year/Année financière

☐ Post initiative
Initiative de la mission

☐ ISB initiative
Initiative de la DSI

Project No./N° du projet

Event name/Nom de l'événement

BUDGET

AOM \$

Location/Lieu

Dates

G&C \$
S&C

MARKETING OBJECTIVE AND EXPECTED RESULTS

OBJECTIFS ET RÉSULTATS PRÉVUS EN MATIÈRE DE COMMERCIALISATION

No. of participants
Nombre de participants

No. of new companies
Nouvelles sociétés sur le marché

Export sales/Ventes à l'exposition

On site sales/Sur place

3 year projection/Prévues au cours des 3 prochaines années

\$

\$

Established distribution/Établissement d'une liste de distributeurs

No. of agency agreements/Nombre d'accords avec des agents

Market intelligence
Renseignement sur le marché

Reports to industry/Rapports à l'industrie

Supported by/Soutien

☐ Bureau

☐ ISB/DSI

☐ Regional office
Bureau régional

☐ Ext post
Mission A.E.

Priority/Priorité of/de

MARKETING PLAN PLAN DE COMMERCIALISATION

Region/Région

Product/Produit

☐ In strategy/Élaboration

☐ On working list
Sur la liste de travail

Products to be promoted/Produits visés

Product code(s)/Code(s) du produit

Markets to be reached/Marchés visés

Market code(s)/Code(s) du marché

Organization initiated by/Demandé par: Nom de l'organisme

Organization code/Code de l'organisme

Contact's name/Nom du contact

Program review board
Comité de révision du programme

APPROVED DECISION/DÉCISION CONCERNANT L'APPROBATION

Meeting No./Réunion N°

INTERNATIONAL BUREAU/BUREAU INTERNATIONAL

Remarks/Observations

Remarks Observations

☐ Approved
Approuvé

☐ Standby
En suspens

☐ Rejected
Rejeté

Signature Assistant Under-Secretary/Signature du Sous-secrétaire d'État

Chairman's Signature/Signature du Président

Event name/Nom de l'événement		AOM Budget resource allocation Allocation de ressources au budget de l'AOM		Project No./N° du projet
Codes		Contractor \$ CDN Entrepreneur \$ CAN	EXT/A.E. \$CDN \$CAN	
	Travel (Public Servants)/Voyage (fonctionnaires)			
	Travel (Non-public Servants)/Voyage (non-fonctionnaires)			
	Hotels, meals, gratuities, local transportation (Public Servants) Hôtels, repas, pourboires, transport local (fonctionnaires)			
	Hotels, meals, gratuities, local transportation (Non-public Servants) Hôtels, repas, pourboires, transport local (non-fonctionnaires)			
	Merchandising aids/Aides aux techniques marchandes			
	Gifts/Cadeaux			
	Publicity/Publicité			
	Exhibition services/Services reliés à l'exposition			
	Travel and living/Frais de voyage et de séjour			
	Project administration/Administration du projet			
	Design/Conception			
	Construction/Rental Construction/Location			
	Set-up/Dismantling Montage/Démontage			
	Utilities/Services publics			
	Security/Sécurité			
	Space Espace	Sq. meter at m ² à	per square meter le m ²	
		at \$ Cdn à \$ Can	per square meter le m ²	
	V.A.T. — Other Taxes/T.V.A. — Autres taxes			
	Currency Devises	Date		
	Space Ext. (when applicable as above) Espace occupé par A.E. (le cas échéant-ibid.)			
	Interpreters/Hostesses/Contract personnel Interprètes/Hôtesse/Contractuels			
	Hospitality Représentation			
	Shipping/Dravage Envoi/Facage			
	Mission report Rapport de la mission			
	CGEC 6% CEGC 6%		Sub total Sous-total	
	TOTAL			

Estimated funds flow/Acheminement estimé des fonds
Pre-payment/Paiement anticipé

\$

Program year payment
Paiement annuel du programme

\$

Post payment/paiement ultérieur

\$

Notes/Remarques

Prepared by/Préparé par

Date

EXT 715

PROMOTIONAL PROJECTS PROGRAM/PROGRAMME DES PROJETS DE PROMOTION

INDUSTRY CAPABILITY

CAPACITÉ INDUSTRIELLE

[illegible]

NOTE *If more products or firms have to be listed please attach additional Industry Capability forms.*

NOTA Si d'autres produits ou d'autres entreprises doivent être énumérés, prière de joindre des formulaires supplémentaires.

APPENDIX C

Application for Space and Participation Contract

Conditions for Participation

The Secretary of State for External Affairs upon acceptance of this application (which acceptance is subject to the conditions of participation 1 to 5 and "Other Conditions" A to L) agrees to the following in connection with the allocated space mentioned below.

1. To provide overall project management, to ensure a complete professional exhibition service including design, fabrication, on site construction, unpacking and placement of applicant's materials, hookup of demonstration equipment, repacking of equipment (using applicant's own materials), janitorial and guard services, single phase power, water and furniture. For the account of the participating company the Department can arrange to provide special services such as: Bases, excavations, electrical wiring other than single phase, lighting, beyond the original design, air and water service, exhaust systems, assembly of applicant's equipment, machines or products, heavy lifting appliances or specialized labour.
2. To provide marketing counsel at the exhibition.
3. To provide a co-ordinated publicity program for the Canadian Industry participation at the exhibition.
4. After completion of the trade fair and provided the applicant has fulfilled the conditions of this participation agreement, the Department will upon receipt of the applicant's invoice and satisfactory evidence (e.g. copies of paid return freight bills) refund the applicant an amount equal to the return shipping cost up to a maximum of \$5,000 for unsold products, from the trade fair site to the company plant in Canada subject to:
 - a) conditions and inclusions shown elsewhere in this agreement
 - b) the products being previously shipped for the specific purpose of exhibiting at the above described fair
 - c) the refund being based on the value of shipping by land/sea conveyance only
 - d) exclusion of insurance, duties, or customs documentation costs
 - e) applicant's invoice received by the Department within 90 days following the closing of the exhibition.
5. To refund the full amount of Deposit (See Applicant's condition #1) following the termination of the above trade fair, providing the applicant has satisfactorily fulfilled all the conditions of this contract.

THE APPLICANT identified above and his appointed representative accepts the conditions of participation AND AGREES TO THE FOLLOWING: (conditions 1 to 12 and "Other Conditions" A to L inclusive).

ANNEXE C

Demande d'espace et contrat de participation

Conditions de participation

Lorsqu'il aura autorisé la présente demande (autorisation assujettie aux conditions de participation 1 à 5 et aux "autres conditions" A à L), le secrétaire d'État aux Affaires extérieures s'engage à satisfaire aux conditions suivantes en ce qui a trait à l'espace attribué ci-dessous.

1. Fournir la gestion globale nécessaire à un service complet et professionnel d'exposition, y compris le design et la fabrication, la construction sur place, le déballage et la mise en place des articles fournis par le requérant, l'affichage du matériel explicatif, le réemballage du matériel de l'exposant (en utilisant le matériel du requérant), les services d'entretien et de surveillance, le courant électrique monophasé, l'eau et le mobilier. Pour le compte du participant, le Ministère peut fournir des services spéciaux comprenant notamment fondations, excavations, pose de fils électriques (non monophasés), éclairage autre que le système initial, systèmes d'aération et de canalisation, systèmes d'évacuation, assemblage du matériel, machines ou produits du requérant, appareils de levage de machinerie lourde ou main-d'oeuvre spécialisée.
2. Fournir les services professionnels de conseillers en commercialisation durant l'exposition.
3. Fournir un programme publicitaire coordonné pour promouvoir la participation de l'industrie canadienne à l'exposition.
4. Après la foire commerciale, et sous réserve que le requérant ait respecté les conditions de ce contrat de participation, le Ministère, sur réception de la facture et des pièces justificatives satisfaisantes du requérant (par exemple, une copie du récépissé de fret pour le retour), versera au requérant un montant égal aux frais de transport, pour le retour des marchandises non vendues, jusqu'à un maximum de 5 000 \$, du site de la foire à l'usine de la société au Canada, sous certaines réserves:
 - a) les conditions et les inclusions qui apparaissent ailleurs dans ce contrat ont été respectées;
 - b) les produits ou le matériel ont été envoyés auparavant expressément dans le but de les exposer à la foire commerciale décrite ci-dessus;
 - c) le remboursement a été calculé sur la valeur du fret par voie terrestre et maritime seulement;
 - d) ont été exclus frais d'assurance, droits de douane et frais rattachés aux documents douaniers;
 - e) la facture du requérant parviendra au Ministère dans les 90 jours suivant la fermeture de l'exposition

1. To pay a Deposit by cheque in favour of the Receiver General for Canada based on the amount of booth space required at the rate of \$50 per square metre (or square foot equivalent) (Minimum \$500.00).
 2. To furnish an exact listing of items and products to be displayed on the enclosed production questionnaire. Deviation from the list may render this contract void.
 3. To provide at his own expense a qualified representative to attend the exhibit during business hours through the term of the show. This representative, preferably Canadian, shall be prepared and authorized to discuss product lines, to give firm price quotations preferably on a C.I.F. basis; to make sales and related arrangements; to provide instructions for the disposition of the applicant's materials, and to authorize payment of overseas expenses including handling and shipment costs.
 4. To ship and mark materials according to the Shipping and Marking instructions that may be furnished by agents or contractor acting for this Department; to provide on time all necessary and original shipping related documentation and appropriate certification of same and to pay all duties, customs and related charges which may be levied on the applicant's materials.
 5. To ensure that all exhibit materials and products are newly manufactured marked and labelled under the name of a Canadian firm and have a minimum Canadian content of not less than 66.67 per cent based on F.O.B. factory price.
 6. To ensure that if they are a foreign subsidiary manufacturing in Canada they have full exporting rights in the market concerned.
 7. To obtain and pay the premiums for comprehensive all-risk insurance on the applicant's materials and products from the time of shipment from the point of origin until their sale or disposition by the applicant or return to his plant in Canada and obtain and pay the premiums for third party liability during the same period, including when required such third party liability levied by the fair authorities and such insurance to be made jointly in the name of Her Majesty and the applicant.
 8. To provide sales brochures in the language of the host country (the Department may assist in obtaining the services of a reputable translator to the applicant's account).
 9. To agree (a) to pay the accrued demurrage and storage charges if his goods and products remain on the exhibition site more than fifteen days after the close of the exhibition regardless of whether or not the Department had undertaken to handle the return of Canada shipment, (b) not to remove goods or products from the site of the Exhibit without the consent of the Department.
 10. To assist the Department in measuring the utility of the Exhibition program to Canadian business by providing information on sales results and other marketing agreements at the conclusion of the exhibition. In addition, the applicant agrees to report business results from participation in the exhibition on a follow-up
5. Rembourser le plein montant du cautionnement (voir la condition no 1 relative au requérant) lorsque la foire commerciale sera terminée, pourvu que le requérant ait rempli de façon satisfaisante toutes les conditions de ce contrat.
- LE REQUÉRANT identifié ci-dessus et son représentant officiel acceptent les conditions de participation ET SONT D'ACCORD AVEC CE QUI SUIVRAIT: (les conditions 1 à 12 et les "autres conditions" de A à L inclusivement.)
1. Verser un cautionnement par chèque en faveur du Receveur général du Canada, calculé selon la superficie de stand requise, au prix de 50 \$/m² ou l'équivalent en pieds carrés (minimum 500 \$).
 2. Fournir une liste exacte des articles et des produits présentés dans le questionnaire de production ci-joint. Tout écart peut occasionner l'annulation de ce contrat.
 3. Fournir à ses propres frais un représentant qualifié qui se tiendra sur les lieux de l'exposition pendant les heures d'affaires et toute la durée de la foire. Ce représentant, canadien de préférence, devra pouvoir présenter les produits et être autorisé à le faire; donner des prix fermes, de préférence c.a.f.; vendre et prendre les dispositions connexes; préciser ce qu'il faut faire avec le matériel du requérant et autoriser l'acquittement des dépenses à l'étranger, y compris les frais de manutention et de transport.
 4. Expédier et estampiller les articles conformément aux instructions sur l'expédition et l'estampillage qui seront fournies par des agents ou des entrepreneurs au nom de ce Ministère; fournir à temps toute la documentation nécessaire et originale relative à l'expédition ainsi que la certification appropriée, et payer tous les frais, droits de douanes et autres frais connexes qui pourraient frapper le matériel du requérant.
 5. Voir à ce que tout le matériel et tous les produits de l'exposition soient de fabrication récente, portent la marque et l'étiquette d'une société canadienne et qu'ils aient un contenu canadien d'au moins 66,67 % basé sur le prix f.o.b. à l'usine.
 6. Faire en sorte que, si le fabricant est une filiale étrangère établie au Canada, il possède tous les droits d'exportation sur le marché concerné.
 7. Prendre une assurance tous risques qui couvre le matériel et les produits du requérant à partir du moment de l'expédition jusqu'à leur vente ou cession, de par la volonté dudit requérant, ou leur retour à son usine au Canada et à prendre une assurance pour dommages aux tiers au cours de la même période, y compris lorsqu'une telle assurance est imposée par les autorités de la foire. L'assurance doit être prise conjointement au nom de Sa Majesté et du requérant.
 8. Fournir des brochures commerciales rédigées dans la langue du pays où se tient ladite exposition. Le Ministère peut aider le requérant à obtenir, aux frais de ce dernier, les services d'un bon traducteur.
 9. Consentir: (a) à payer l'indemnité de surestaries et les frais d'entreposage si ses marchandises et produits demeurent sur les lieux de l'exposition plus de 15

questionnaire to be provided by the Department 12 months after the close of the exhibition.
NOTE: All information will be held in strict confidence; in the event that information provided by an applicant is deemed to have publicity value for the Department, the applicant's consent will be obtained before it is used.

11. To provide to the Department technical specifications of exhibit items and related publicity material and data as requested.
12. To waive, and he does hereby waive, all or any claims, actions, causes of action, suits, or debts whatsoever against Her Majesty the Queen in right of Canada whether by way of damages or otherwise and whether or not caused by the negligence of any servant, agent or independent contractor of Her Majesty the Queen in right of Canada and in any way directly or indirectly arising out of or connected with this agreement or the exhibition named therein.

Other Conditions

A. Withdrawal from Participation:

1. If an applicant withdraws and

(a) **a replacement cannot be found:** the applicant will be liable for the full amount of the Deposit plus any other direct costs associated with the preparation of the exhibit incurred by the Department on behalf of the applicant;

(b) **a replacement is found:** the applicant will be liable for only those direct costs associated with the preparation of the exhibit incurred by the Department on behalf of the applicant. If such costs are less than the Deposit, the Department will refund the difference. If such costs exceed the amount of the Deposit, the applicant will be liable for the amount in excess of the Deposit.

2. When an applicant withdraws at the request of the Department, or, if this agreement is terminated by the Department, then the deposit will be refunded and the Department will not be liable for any costs or loss(es) whatsoever incurred by the applicant.

B. The Department assumes no liability for any damages or losses to the applicant resulting from failure of the applicant to comply with the provisions of these Conditions of Participation or from failure of the applicant's materials to arrive in time for display during the exhibition due to circumstances beyond the Department's control.

C. The applicant shall observe the General Rules and Regulations issued by the trade fair authorities.

D. The applicant shall occupy his allotted space during the entire period of the Exhibit and shall not sublease any of that space unless authorized, in writing, to do so by the Department.

E. The Department reserves the right to restrict or remove any display which, because of noise or other reason, may become objectionable, or which, in the judgement of the Department, may detract from the general character of the Exhibit. This reservation includes all aspects of the applicant's participation.

jours après la clôture, que le Ministère se soit engagé ou non à payer les frais de transport au Canada; (b) à n'enlever aucune marchandise et aucun produit de l'emplacement de l'exposition sans le consentement du Ministère.

10. Aider le Ministère à évaluer l'utilité du programme de l'exposition pour les entreprises canadiennes en fournissant des renseignements sur les ventes effectuées ou les accords commerciaux conclus au terme de l'exposition. De plus le requérant s'engage à faire rapport des ventes qui ont résulté de sa participation à l'exposition, en répondant à un questionnaire que le Ministère lui fera parvenir 12 mois après la clôture de l'exposition.

REMARQUE: Tout renseignement sera tenu secret. Si parmi les renseignements fournis par le requérant il s'en trouvait qui méritent d'être publiés en faveur du Ministère, celui-ci demandera le consentement du requérant avant de s'en servir.

11. Fournir sur demande au Ministère les descriptions techniques des objets exposés, le matériel publicitaire et les données connexes.
12. Se désister, et en fait il se désiste, de toute réclamation, action, cause d'action, procès ou dette quelconque contre Sa Majesté la Reine du chef du Canada, que ce soit sous forme de dommages ou autrement et que ces derniers résultent ou non de la négligence d'un serviteur, agent ou entrepreneur indépendant de Sa Majesté la Reine du chef du Canada et, de toute façon, ne se rapportant pas directement ou indirectement au présent contrat ou à l'exposition mentionnée dans les présentes.

Autres conditions

A. L'annulation de la participation:

1) Si un requérant se retire et

a) **qu'il est impossible de trouver un remplaçant,** le requérant perdra tout son cautionnement et tous frais supplémentaires directement imputables à la préparation de l'exposition, engagés par le Ministère au nom du requérant;

b) **qu'on trouve un remplaçant,** le requérant n'aura à payer que les frais directement imputables à la préparation de l'exposition, engagés par le Ministère au nom du requérant. Si ces coûts sont moins élevés que le cautionnement, le Ministère remboursera alors au requérant la différence. Si ces coûts dépassent le montant du cautionnement, le requérant perdra son cautionnement et devra payer le montant en excès du cautionnement.

2) Si un requérant est invité à se retirer à la demande du Ministère, ou si le contrat est annulé par le Ministère, le cautionnement du requérant lui sera remboursé et le Ministère ne sera aucunement lié par les coûts ou les pertes de quelque nature que ce soit subis par le requérant.

B. Le Ministère n'assume aucune responsabilité pour quelque dommage ou perte qui résulte du défaut du requérant de se conformer aux dispositions des présentes conditions de participation ou du fait que le matériel du

- F. On failure of the applicant to occupy his allotted space, the Department will have the right to re-allocate the space in the best interests of the Exhibit. However, the applicant may remain liable for any loss suffered by their failure to occupy the space (see also Other Conditions A and B above).
- G. The Department reserves the right (a) to allocate space to the applicant according to the total exhibit design and overall space constraints, (b) to assign space, limit size and scope of the exhibit, approve products and equipment to be displayed, the manner of display and the theme of the Canadian presentations.
- H. Only signs provided or authorized by the Department will be permitted. Signs showing price are not usually allowed to avoid price competition. Where prices must be advertised, signs shall be small, neat and inoffensive.
- I. In the absence of the appointed Department Project Manager on site, the senior representative of the Canadian Government on site shall have the authority to interpret these rules and act for the Department.
- J. In the event of any disagreement as to the meaning and intent of the foregoing specific conditions 1 to 5, 1 to 12 or "Other Conditions" A to L, the Department reserves the right without prejudice to make the final decision on interpretation.
- K. When signed by or on behalf of both the Applicant and the Department, this document shall constitute a contract (superseding all previous negotiations and documents relating to the same subject matter) between the applicant and Her Majesty the Queen in right of Canada represented by the Under-Secretary of State for External Affairs. Any reference to the "Under-Secretary of State for External Affairs" or to "the Department" shall include any person or persons from time to time authorized by the Department of External Affairs to act on its behalf.
- L. No member of the House of Commons shall be admitted to any share or part of this Agreement or to any benefits arising therefrom.
- requérant n'est pas arrivé à temps pour l'exposition à cause de circonstances imprévues indépendantes de la volonté du Ministère.
- C. Le requérant devra observer les règlements généraux établis par les dirigeants des foires commerciales.
- D. Le requérant devra occuper l'espace qui lui est attribué pendant toute la durée de l'exposition et ne pourra sous-louer aucune partie de cet espace sans l'autorisation écrite du Ministère.
- E. Le Ministère se réserve le droit de réglementer ou d'enlever toute présentation qui, en raison du bruit ou de toute autre cause, peut devenir inadmissible ou qui, à son avis, s'éloigne du caractère de l'exposition. Cette réserve porte sur tous les aspects de la participation du requérant.
- F. Si le requérant néglige d'occuper l'espace qui lui a été attribué, le Ministère pourra se servir de cet espace dans le meilleur intérêt de l'exposition. Toutefois, le requérant demeure responsable de toute perte résultant de son défaut d'occuper l'espace en question (voir aussi "autres conditions", articles A et B ci-dessus).
- G. Le Ministère se réserve le droit: (a) d'attribuer l'espace au requérant sous réserve des contraintes de design et de l'espace global disponible de l'exposition; (b) d'attribuer l'espace, de restreindre l'étendue et la portée de l'exposition, d'approuver les produits et l'équipement exposés, la façon d'exposer et le thème de la présentation canadienne.
- H. Seules les affiches fournies ou acceptées par le Ministère seront autorisées. Habituellement, l'affichage des prix n'est pas autorisé, ceci afin d'éviter la concurrence. Lorsqu'il est nécessaire de les afficher, il faut le faire en petits caractères, proprement et de façon inoffensive.
- I. En l'absence sur les lieux du directeur officiel des projets du Ministère, le représentant supérieur du gouvernement canadien sur les lieux sera autorisé à interpréter ces règlements et à agir au nom du Ministère.
- J. S'il y a désaccord relativement à la signification ou à l'objet des conditions précises antérieures: 1 à 4, 1 à 12, ou les "autres conditions" A à L, le Ministère se réserve le droit, sous toutes réserves, de prendre la décision finale de l'interprétation.
- K. Une fois signé par le requérant et le Ministère ou en leur nom, ce document constituera un contrat (il remplacera toute négociation et tout document préalable portant sur le même sujet) entre le requérant et Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le sous-secrétaire d'État aux Affaires extérieures. Par les mentions "le sous-secrétaire d'État aux Affaires extérieures" et le "Ministère", il faut comprendre toute personne ou toutes personnes que le ministre des Affaires extérieures, de temps à autre, autorisera à agir en son nom.
- L. Aucun membre de la Chambre des Communes ne sera admis à une part ou à une partie quelconque de la présente convention ou à un bénéfice quelconque qui en découle.

Canada 

3 1761 11552406 8

